

BEAUTY FORUM

N°43 | 07-08/2020

FOCUS

Principes actifs:
mode d'emploi

BUSINESS

Leadership, une
qualité à développer

SPA & WELLNESS

Gérer au mieux
la reprise

Dossier

*Beauté des mains,
une prestation à valoriser*



3 QUESTIONS À

FRÉDÉRIC LEFRET

Président de la FFEEP



La crise de la Covid-19 n'a pas affecté que les entreprises du secteur de la beauté, mais aussi toute la filière de l'enseignement. Celle-ci a dû s'adapter à des contraintes inédites et doit maintenant anticiper la rentrée. Frédéric Lefret, président de la Fédération française des écoles d'esthétique et de parfumerie (FFEEP), nous apporte son éclairage.

1 Quelles sont, les principales problématiques que vont devoir affronter les écoles et centres de formation de l'esthétique à la rentrée prochaine ?

Frédéric Lefret : Tout au long de ce confinement, les écoles, les centres de formation et les centres de formations d'apprentis (CFA) ont assuré une continuité pédagogique. Grâce au soutien de la FFEEP via sa plateforme numérique, beaucoup d'entre eux ont pu mettre en ligne leurs formations. La réouverture physique des écoles a été accompagnée grâce au guide de réouverture, conçu et publié par la FFEEP dès le mois d'avril. Pour autant, cette crise a rendu complexe la promotion d'une partie des écoles pour la rentrée de septembre. Celles-ci vont être confrontées à la réduction du pouvoir d'achat de certains élèves, pour les coûts d'inscription notamment, mais également à la frilosité des employeurs de recourir aux contrats d'alternance. Il faut s'attendre à des réductions de chiffres d'affaire et aider les établissements à y faire face. C'est pourquoi, pour les contrats d'alternance, la FFEEP a proposé au gouvernement une politique d'incitation fiscale ou de primes, ainsi qu'une fusion des contrats d'apprentissage et de professionnalisation. Nous avons obtenu gain de cause concernant l'augmentation de l'aide aux employeurs pour la signature d'un contrat d'apprentissage. Et le délai en CFA, pour que le jeune puisse signer un contrat d'apprentissage, va passer de trois à six mois.

2 Quelles pourraient être les pistes à privilégier pour maintenir un enseignement de qualité ?

F. L. : La crise de la Covid-19 a contraint l'Éducation nationale à permettre aux établissements de formation privée, comme pour les établissements publics, de pouvoir évaluer les élèves en contrôle continu. C'est une reconnaissance de leurs compétences et de leur professionnalisme. Il faut, bien sûr, que cela perdure dans les prochaines années scolaires, avec la possibilité de mettre en place un contrôle continu pour chaque école, peu importe son statut, mais aussi d'organiser les épreuves de pratique sous forme de concours en fin d'année. Les établissements doivent aussi pouvoir investir dans de nouvelles technologies comme les paperboards numériques, les tableaux interactifs et les solutions de formation en ligne. Depuis quatre ans, la FFEEP a innové en proposant une solution d'e-learning à ses adhérents en mutualisant les coûts. Il reste encore à travailler ensemble sur un échange permanent de bonnes pratiques afin de pouvoir modéliser les innovations qualitatives.

3 Cette adaptation de l'enseignement à la crise que nous traversons pourrait-elle engendrer une réforme en profondeur ?

F. L. : La crise sanitaire a fait entrer le digital de façon très frontale dans l'enseignement. Par conséquent, il va

falloir à la fois modifier les diplômes afin d'intégrer au mieux l'acquisition de ces nouvelles compétences et digitaliser les enseignements comme support aux cours physiques et distanciel. Aujourd'hui, de nouvelles technologies permettent de rendre plus facile l'acquisition des compétences sur le Web ; la FFEEP y travaille afin de proposer rapidement une offre aux établissements. De la même manière, le compte personnel de formation (CPF) va aussi contribuer à découper les offres de formations à la carte afin qu'elles soient proposées tant aux professionnels qu'aux étudiants. La digitalisation a également modifié les comportements d'achats et de consommation en matière d'esthétique et de bien-être. Ainsi, de nouveaux besoins et métiers apparaissent. Il va falloir être au rendez-vous pour nos étudiants. C'est pourquoi, en partenariat avec l'École des nouveaux métiers de la communication (EFAP), nous venons de lancer le premier MBA de marketing digital pour les entreprises de beauté et de cosmétiques. Au final, cette crise aura révélé ce que nous savions déjà, c'est-à-dire que nos établissements, comme toute entreprise, se doivent d'être agiles pour faire face aux événements.

Propos recueillis par
Anne-Sophie Gamelin



Fédération Française des
Écoles de l'Esthétique
et de la Parfumerie